

地方テレビ局における女性アナウンサーの労働環境とキャリア

—首都圏3県に焦点をあてて—

横浜国立大学大学院 環境情報学府 福井 弘教

要旨

目的

男女雇用機会均等法施行、改正などを経て、民放キー局などでは終身雇用が前提となったが、民放地方局の女性アナウンサーは明確ではない。民放地方局アナウンサーの労働環境とキャリアの現状を明らかにすることを目的とする。

方法

文献による関連事項の確認、倫理的配慮を施した上で、各放送局 HP、各放送局アナウンサー SNS の閲覧を通して、専属アナウンサーの在籍数、経歴、雇用形態、キャリアなど適宜、データ収集の上、テキストマイニングを行って特徴を整理する。ほか登記簿を入手して、取締役構成、事業内容を調査する。取締役構成により男性中心

主義のテレビ局経営の有無について確認する。

結果・考察

首都圏3県の民放地方局アナウンサーは、契約社員、派遣契約を中心とした非正規労働者であり、女性の「採用」、女性アナウンサーの派遣を主とした「法人契約」を重視していることが明らかとなった。日本の労働事情を考慮すると、元来、女性は男性と比較すると非正規雇用での就業が多く、未だに男性とは大きな開きがある。すなわち、アナウンサー職に就く女性は、こうした背景に即した労働市場であるといえるが、反面、継続した就業、キャリア形成には適さない職種であるともいえる。

キーワード：女性アナウンサー、非正規雇用、即戦力、有期契約、派遣契約

Working Environment and Career of Female Announcers at Local TV Stations

— Focusing on the three prefectures in the Tokyo metropolitan area —

Yokohama National University, Graduate School of Environment and Information Sciences

Hironori Fukui

Abstract

• The purpose

After the enactment and revision of the Equal Employment Opportunity Law for men and women, lifelong employment became a prerequisite for commercial key stations, but female announcers at commercial local stations are unclear. The purpose of this study is to clarify the current working environment and career of announcers of commercial local stations.

• Method

After confirming related matters by literature and taking ethical considerations, through viewing each broadcasting station HP and each broadcasting station announcer SNS, the number

of registered announcers, career, employment form, career, etc. are collected as appropriate. , text mining to organize the features. Obtain other registry books and investigate the composition of directors and business content. Confirm whether or not there is a male-dominated TV station management based on the composition of the board of directors.

• Results/Discussion

The announcers of commercial broadcasters in the three prefectures in the Tokyo metropolitan area are non-regular workers centered on contract employees and dispatch contracts. It became clear. Considering the labor situation in Japan, there are still more women than men in non-regular

employment, and there is still a large gap between women and men. In other words, it can be said that the women who work as announcers are in a labor market that matches this background, but on the other hand, it can also be said that it is a job that is not suitable for continuous employment

and career development.

Keyword: Female announcer, Non-regular employment, Immediate force, Terminable contract, Dispatch contract

1 はじめに

アナウンサーは、テレビ、ラジオ、インターネットなどを介して、ニュース原稿を読み、番組を進行するだけではない。場所を問わず、イベント、結婚式司会、公営競技（ギャンブル）のMC、リポーターに至るまで活躍の場は多いと考えられるが¹⁾、その労働環境やキャリア形成過程については明らかにされていない点が多い。労働環境一般に関する研究は多いが、アナウンサーに特化した研究はみられないことが、本研究に取り組む契機となった。技術革新で、インターネットやAIの登場により、テレビ局はもちろん、アナウンサーの存在意義も問われる時代となったといえる。多くの職種でAIなどに転換可能とする将来予測があるなか、ハードとしてのテレビ局も生身のアナウンサーが必要とされない時代が到来する可能性も否定できず、実際にAIによる自動音声流すニュース番組も散見されるようになった。しかし、現状においては必要とされる人気職種である。人気職種ではあるが、特別な資格や学歴は必ずしも必要ではなく、その観点からすれば誰もが就ける可能性があるともいえようが、実際には一握りの者のみがテレビ局のアナウンサーとして就業が許される職種である点が特性である。

アナウンサーに関する研究は多くはない。アナウンサー研究の主流は、西田ほか（1999）に代表される「発声」などアナウンス技術に関するものである。北出（2011）などによる、地方局アナウンサーやフリーアナウンサーのキャリアに着目した研究については少なからずみられる。ここでは、80年代に地方局に採用されたキャリアの長いアナウンサーなどに対するインタビュー調査を中心に構成されている。「地方局であれば多様なポジションを経験することによるキャリア形成のちがいがあがる」、「フリーであればワークライフバランスに寄与する」といった帰結となっている。現在の雇用環境は女性を中心に80年代とは大きく乖離しており、正規雇用から非正規雇用が増加している（図1）。したがって、時流に即した新たな研究が不可欠といえる。また、ワークライフバランスへの寄与はフリーアナウンサーでなくとも、いかなる職業においても「フリー」であれば成立することから研究

成果としては疑問符がつく。したがって、本研究では、アナウンサーの労働環境をふまえて、女性アナウンサーと関連する、1. キャリア形成、2. 雇用システム、3. ワークライフバランスといった周縁分野についても先行研究サーベイを行って分析視角を提示することにした。

1. キャリア形成の視点からは、女性管理職の類型化、規定要因、背景の探索や正規・非正規格差、職業アイデンティティ、新たなキャリアコース、キャリアに見合わない賃金水準などの報告がみられた。キャリア形成に関する研究は管理職に関する報告が主流である。本研究と関連する報告としては「正規・非正規格差」である（花野2015）。これは、テレビ番組制作に関わる、もしくは関わった経験のある女性へのインタビュー調査に依拠した報告である。花野は、「テレビ局の男性中心主義が、下請けである番組制作会社をのみこんで支配する産業構造のあり方」の下で、「非正規雇用の女性たちの参加により、実は半数を女性が占めている番組制作会社においても、男性中心主義が「予算」と共に降りてきて「下請け」の人々を支配している」と指摘している。本研究においても、テレビ局のアナウンサーを取り上げるため、「テレビ局の男性中心主義」、「テレビ局の産業構造」については確認する必要があるという示唆が得られた。男性中心主義といっても、いろいろな指標があると考えられるが、本研究では客観的に外部から把握できるデータに着目する。

2. 雇用システムの視点からは、武石（2002）が、「企業内に重層的労働市場が形成されることにより女性のキャリア形成や展開も多様化している」と指摘している。正規・非正規のほか、正規（正社員）のなかでも、「短時間」、「勤務地限定」、「職種限定」と働き方の重層化の進展は女性のみならず男性にも影響を及ぼす。前述したように、テレビ局で働く者には局以外の者も含まれており、労働市場の重層化は今日では一般化したといえる。雇用形態はより複雑化しており、それに付随する社会・労働保険の取り扱いも複雑化している。

3. ワークライフバランスの視点からは、近藤ほか（2009）が医学部女学生の意識調査を整理して「職場環境がワークライフバランスにとって重要である」との報

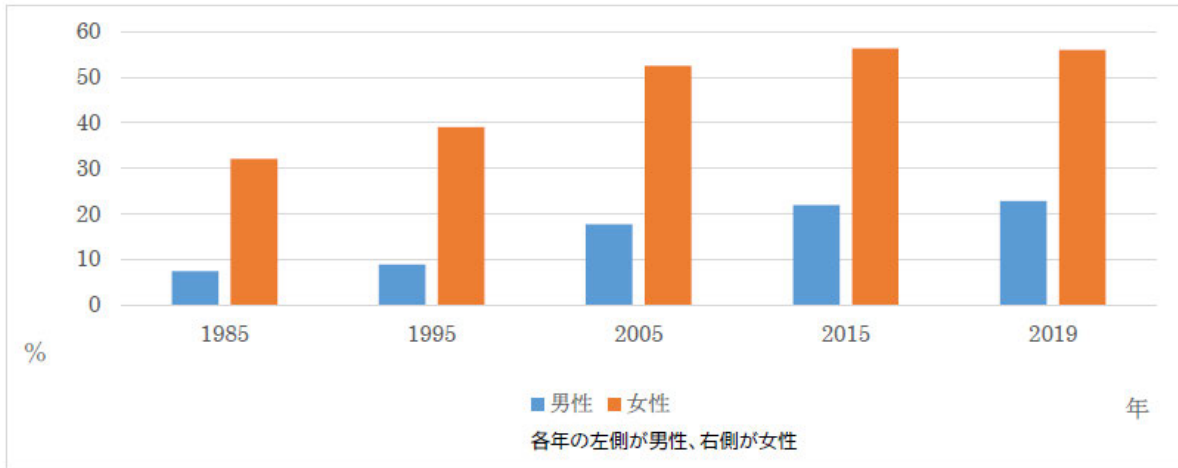


図1: 「非正規雇用比率の推移：1985—2019年（男女別、年齢計）」

出所：内閣府男女共同参画局をもとに筆者作成

告を行っている。会社員などとは異なり、「定年」(退職時期)を「自己選択」が可能であるなど、労働に際して「フリー」の要素が多いのが、医師である。また、医師としては、「就業前」ということでワークライフバランスの実態に即した報告とはいえない。本事例を含めてワークライフバランスの研究蓄積は未だ多くはない。しかし、アナウンサーの場合、不規則な勤務形態となりやすいことから、ワークライフバランスについては深耕の余地がある。

2 分析視角

先行研究サーベイから、女性を含めたアナウンサーの労働環境に関する報告は限定的であり、周縁分野からは、どの業界、業種でもみられる「正規・非正規格差」のほか、テレビCMによる広告料収入がメインであり典型的なビジネスモデルの「テレビ局の産業構造」の報告があった。キー局から地方局への広告料の分配も行われているとはいえ、基本的には地元のスポンサーからの広告料に依存するのが地方局の実態である。したがって、キー局と比較すると財政規模、キャッシュフローは小さいと考えられる²⁾。

また、「テレビ局の男性中心主義」、「地方局アナウンサーの雇用形態」などの視点も重要であることが明らかとなった。したがって、本研究においては、こうした視点をふまえて、地方局アナウンサーの労働環境についてのデータを取得するフローにより分析を進めていく。地方局の選定にあたっては、地域差、地域文化の差異を除去する目的から、地域を限定して、首都圏の地方局（神奈川、埼玉、千葉）に焦点をあてる。東京にはネットワークの基点となる「キー局」があり、労働環境やキャリア形成において、ネットワークに属していない3つの

表1: 「ジェンダー平等に向けた法整備と事象」

1985年	男女雇用機会均等法成立 女性差別撤廃条約批准
1986年	男女雇用機会均等法施行 労働者派遣法施行
1990年	出生率 1.57 ショック
1992年	育児休業法施行
1995年	育児・介護休業法施行
1999年	改正男女雇用機会均等法施行 男女共同参画社会基本法施行

出所：福井（2018：130）の表、「国内外のジェンダー平等に向けた取り組みの歴史」より一部抜粋

地方局とは差異があると推察されることから対象とした³⁾。

アナウンサーは、採用後にキャリアを積み高評価されて、「フリー」となり全国放送のMCに抜擢する際に注目される。しかし、こうした事象は、基本的にはNHKの正職員や民放キー局、民放準キー局の正社員などに限られる。TV局の採用としては、1) 民放キー局⁴⁾、2) 民放準キー局⁵⁾、3) 民放地方局⁶⁾、4) NHK（正職員・契約）、5) NHK 地方局（契約）の大きく5つに分類できるが、これらの放送局に合格するのは毎年100人程度（うち、2/3が女性）となっている（NPO放送批評懇談会2019：33）。労働市場においても、きわめて競争率の高い職種であるといえようが、女性アナウンサーにおいては、「30歳定年説」との言説が以前から流布されてきた。これは、30歳に到達するまでに結婚などで離職するケースを想定した言説であろうが、この言説にみられるように、キャリア形成においては一定の負荷が考えられる。すなわち、流動性の高い職種であり終身雇用とは乖離した側面が考えられる。男女雇用機会均等法施行、改正（表1）などを経て、NHKの正職員、民放キー局などでは終身雇用が

前提となっているが、民放地方局については明確ではない。本研究では、テレビ局の差異、換言すると地域差に着目して、民放地方局アナウンサーの労働環境とキャリア形成の現状を明らかにすることを目的とする。

3 研究方法

先行研究サーベイで確認したように、本来はアナウンサーに対してインタビューや質問紙調査を行うことが有用である。しかし、そうした調査は、COVID-19などの影響を考慮しない場合であっても難しい。他方、アナウンサーに関するデータ集も管見の限りにおいて見当たらない。それでは、本研究をどのように展開していくか。インターネットの普及とともに、SNSが人々の生活に浸透して久しい。それにともなって、SNSに関連した研究も増加している。ユーザーの特徴が所属するコミュニティの挙動との関連、メッセージからユーザーの属性を推定、ツイートの感情値を算出した統計的分析、ツイートの計量テキスト分析、感情分析、SNS上のテキストを用いたテキストマイニングなど多様な研究がみられる。こうした研究によって、SNS上のテキスト（ツイート）が研究に有用であることを示している。

したがって、本研究においては、アナウンサーの労働環境とキャリア形成に関するデータを、SNS（Twitter、Instagram）を中心に取得する。SNSのデータのみでは情報が限定的となるケース（限界）が想定されることから、地方局に限らずアナウンサー全般の新聞記事などで適宜、「注」などで補完する。アナウンサーの「対象者と時期」については、2021年4月1日現在、「専属」で在籍しているアナウンサーを対象とする。詳細は後述するが、テレビ神奈川においては、「4月入社」を原則とする直接雇用、テレビ埼玉、千葉テレビにおいては外部からの派遣によって、「専属」アナウンサーを確保しており、テレビ埼玉では「4月入局」を原則としているが、千葉テレビでは「4月入局」が原則ではない。対象とする3局のなかで2局が「4月入社」、「4月入局」を基準としていることから、2021年4月1日と設定した。なお、「入社」と「入局」のちがいについては、「4 結果」で後述する。

「方法」としては、各放送局HP、各放送局アナウンサーSNSの閲覧を通して、専属アナウンサーの在籍数、経歴、雇用形態、キャリア、周縁事項など倫理的配慮を施した上でデータ収集を行って特徴を整理する（SNSは、Twitterの「ツイート」、もしくはInstagramの「投稿」について、テキストマイニングを可能な限り行う、ツイートと投稿は同義として表示する）。なお、閲覧期間は2020年4月～2022年3月の2年間とする。4月もしくはそれ以外の時期に入社、入局したアナウンサーを想

定すると期間を長く設定する必要がある。キャリアにおける平均値は小数点以下を切り捨てた数値とする。各放送局の公式HPや各放送局アナウンサーの公式Twitter、Instagramの参照にあたり、各社、各人により示された情報の定義や範囲には相違があったり、情報の更新が不十分であったりする可能性はある。したがって、補足としてインターネット情報のほかに、各局アナウンサー出演番組の視聴も適宜採用して、情報の信憑性の確保に努めた。なお、本研究における「専属アナウンサー」とは、番組毎の契約アナウンサーは含めず、雇用形態にかかわらず、当該テレビ局のみに出演するアナウンサーと定義する。

Twitterは、<https://mobile.twitter.com> から、一部、TwitterからInstagramへとSNSを移行した者などについては、<https://www.instagram.com> から、アクセスして、倫理的配慮を施した表示とした。したがって、収集したツイート、投稿の中からデータとして使用するツイートを選択して全文を引用したり、データ使用の有無にかかわらず各アナウンサーの全ツイートをテキストマイニングによって処理することは差し控えて、趨勢を把握して、紙幅を考慮して一部抽出とする。これは、ツイートがスマートフォンなどで容易にアクセスが可能であり、誤字や脱字が含まれる可能性があり、意図しない個人情報があることに依拠する。社名については略称記述を基本として、履歴事項全部証明書（以下、登記簿と表示）を入手して、取締役構成、事業内容を調査する。経営方針にかかわる取締役構成により男性中心主義の有無について確認ができると考えられる。

4 結果

各放送局HP、各放送局アナウンサーSNSの閲覧に依拠して行ったデータ収集の結果について以下に記述する（表2、表3）。本研究は女性アナウンサーを研究対象としているが、適宜、男性アナウンサーについても記述する。1) アナウンサー在籍状況、2) 会社情報、3) 女性アナウンサーのSNSの概要（一部抽出）の順で記述する。また、契約期間が終了するなどして2022年3月に退社した者もあり、現在の在籍状況も提示する。なお、退社には「契約終了」の概念も含める。

1. テレビ神奈川（TVK）

7名在籍（うち、3名正社員、4名契約社員）で、全員が元民放地方局アナウンサーの出身である。アナウンサーは、4月入社を原則とする契約社員としての採用であり、総合職として正社員となる道もある。最もキャリアの長

いアナウンサー以外はすべて4月入社である。キャリアは、27年目：男性（アナウンス部長）、11年目：男性、6年目：女性、4年目：女性、3年目：女性、3年目：女性、3年目男性（男性3：女性4）である。キャリア上位3名が正社員である⁷⁾。自社に社員を擁するが、「番組毎の契約アナウンサー」（以下、非専属アナウンサー）も複数いる。これらの契約アナウンサーは、外部アナウンサー事務所等（以下、外部事務所とする）との法人契約として「派遣」されるアナウンサーである。労働者派遣法上の派遣労働者にあたる。よって、本研究における研究対象は4名（女性）である。

3局のなかでは、千葉テレビの次に開局されており、売上高、資本金、従業員数もトップの数値である。取締役構成としてはHP上に表示があった。性別提示はないが、名から推察すると、16名のほとんどが男性であると考えられる（HPで2021/6/25現在のデータが提示されているが最新情報を取得するため法務局にて、登記簿を入手して確認した（HP上は17名の取締役）。事業内容は放送事業から住宅展示、コンビニエンスストア経営など多様である（2022年1月12日入手の登記簿より）。

○女性アナウンサー（A）➡在籍中、出演番組、イベントを含む出演情報に関するツイートが中心である。

・・・（夏の高校野球県予選による出演番組の放送休止中）・・・資格に挑戦しまして、リモートで10時間講習を受け、無事テストに合格しました・・・（2020/8/2のツイートより）

番組休止期間を利用して、資格取得に成功したというツイートである。

○女性アナウンサー（B）➡在籍中、出演番組に関する情報のリツイートが中心である。

・・・Instagram 1万フォロワーありがとうございます・・・（2021/3/15のツイートより）

Twitterよりも、Instagramを主体につぶやいていることを示すツイートである。

Twitterでは「リツイート」が中心であり、SNSの使い分けを徹底していることがわかる。

アナウンサーは芸能人とは一線を画すと考えられるが、フォロワー数は重要であることがわかる。なお、（B）は横浜市出身である。

○女性アナウンサー（C）（2022年3月末退社）➡一般企業へ転職、プライベート、趣味に関するツイートが中心であるが、その趣味には局が立地する横浜関連が多い。

・・・アナウンサーって色んな仕事があって本当に奥が深い・・・（2022/1/18のツイートより）

アナウンサーを一定期間経験してもなお、その多様性についての示唆をツイートしている。

○女性アナウンサー（D）（2022年3月末退社）➡BS局でアナウンサー職を継続、出演番組を含む出演情報に関するツイートが中心である。

・・・横浜市全18区がスラスラ言えず、大反省・・・（2021/7/3のツイートより）

横浜のテレビ局のアナウンサーとして地元に関連する知識を網羅する必要性を示唆したツイートである。

テレビ神奈川4名のツイートの趨勢としては、出演番組を中心に局が立地する横浜市に関連するツイートが主流であるが、（C）のように、プライベートを中心にツイートする者もいた。（B）が横浜市出身であるが、他に神奈川県や横浜市出身のアナウンサーはいなかった。

2. テレビ埼玉（テレ玉）

5名在籍（すべて、外部事務所からの派遣【嘱託】）で、1名がNHK地方局（契約）、4名が民放地方局の出身である。2021年8月より、民放地方局出身の1名が「産休」となり、産休アナウンサーと同じ外部事務所から「代替アナウンサー」が派遣されている。新たに派遣されたアナウンサーはテレビ埼玉公式HPには表示されず、産休しているアナウンサーが表示されている。テレビ神奈川、テレビ埼玉、千葉テレビを通じて、「産休」取得自体がきわめて稀であり、代替アナウンサーが出演する期間や本来のアナウンサーの復帰後の出演期間など動向を注視したい⁸⁾。アナウンサーは、4月入局を原則とする。外部事務所との法人契約としての採用であり、専属で就業して、立場上は嘱託社員となるのが基本である⁹⁾。テレビ神奈川同様、非専属アナウンサーも存在し、外部事務所との法人契約として「派遣」されるアナウンサーである。いずれも労働者派遣法上の派遣労働者にあたる。派遣で就業するアナウンサーに対しては「入社」という記述はそぐわないと考えられ、「入局」という記述を用いる（以下、千葉テレビにおいても同様の記述とする。千葉テレビにおいては公式HPで専属アナウンサーに対して「入局」という記述を用いている）。キャリアは、5年目、4年目、3年目、2年目、2年目である（全員女性）。現在は局アナとしての男性の在籍はないが、3年前までは在籍していた。非専属アナウンサーも複数いる。専属契約の詳細は個々に所属事務所が異なるが、1年毎の更新制を基本としている。よって、本研究における研究対象は5名（女性）である。

3局のなかでは、最後に開局されており、売上高、資本金、従業員数については千葉テレビと同水準にある。取締役構成としては、HP上に表示はなく、社長が男性であること以外明らかにされないため、登記簿を入手して確認した。名から推察すると、18名のほとんどが男性であると考えられる（女性は1名のみと思われる）。事

業内容は基幹放送事業から、映画制作、教育の啓蒙宣伝など多様である（2021年12月23日入手の登記簿より）。
○女性アナウンサー（E）（2022年3月退社）⇒退社後に結婚、在籍時の外部事務所には所属、出演番組、1日警察署長などのイベントを含む出演情報、埼玉に関連するツイートが中心であった。

・・・我が埼玉西武ライオンズが開幕戦勝利・・・
（2021/3/26のツイートより）

開幕戦という節目で地元のプロ野球球団勝利に関するツイートをしている。頻繁に野球のツイートを行っているわけではなく、「節目」を意識したツイートとなっている。

○女性アナウンサー（F）⇒在籍中、出演番組のほか、プライベートに関する投稿【Instagram】が中心である（Twitterなし）。

・・・以前、通っていたアナウンススクールの前を通った・・・
（2022/1/13のInstagramより）

アナウンサーに資格は不要であるが、アナウンサー採用試験に合格するにはアナウンススクールに行くことが重要であることを示す投稿がみられた。

○女性アナウンサー（G）⇒在籍中、出演番組が中心であるが、プライベートに関するツイートも多い。

・・・きょうはニュース勤務でした・・・
（2020/12/31のTwitterより）

時期にもよるが、地方局アナウンサーもニュースのほか、バラエティーなど多様に出演する可能性があることを示すツイートである。

○女性アナウンサー（H）（2022年3月退社）⇒一般会社へ転職、出演番組のほか、野球、西武ライオンズに関連するツイートが多かった。どちらかといえば、野球や西武ライオンズに関するツイートが出演番組を上回っていた。

・・・埼玉の高校野球全試合熱すぎ・・・
（2021/7/22のTwitterより）

アナウンサーに就く以前から野球好きであったことから、野球に関するツイートが多い。「テレ玉アナウンサー⇒埼玉、西武ライオンズのツイート」ではなく、もともとファンであったことが客観的にわかるツイートの蓄積となっている。

○女性アナウンサー（I）（2022年3月退社）⇒産休したまま契約が終了したと考えられる、代理アナ（Iと同じ外部事務所）が派遣されていたが、（I）の契約終了に伴って代理アナの契約も終了したと考えられる。在籍時の外部事務所には所属、出演番組のほか、埼玉に関連するツイートが中心である。

・・・私も埼玉の魅力にどハマり中です・・・
（2020/8/20のTwitterより）

「テレ玉」ゆえに「埼玉」に関連するツイートをしていることがわかるツイートであり、アナウンサー（E）と似通ったツイートの傾向がみられた。

テレビ埼玉5名のツイート（投稿含む）の趨勢としては、出演番組、そして局が立地する埼玉県全般が主流であり、プライベートに関するツイートも多くみられ、比重としてはプライベートが多い者もいた。テレビ神奈川が「横浜市」という限られたエリアを中心にツイートされていたのと比較すると、テレビ埼玉は埼玉県全般に関するツイートが多かった。埼玉県出身のアナウンサーはいないが、（H）は大学時代に西武ドーム（埼玉県）でアルバイトの経験があるとツイートされている。

3. 千葉テレビ（チバテレ）

3名在籍（すべて、外部事務所からの派遣【嘱託】）で、1名がNHK地方局（契約）、2名が民放地方局の出身である。2021年7月より、民放地方局出身の1名が「産休」となり、産休アナウンサーと同じ外部事務所から「代替アナウンサー」が派遣されていた（産休アナウンサーは2022年6月現在、すでに復帰している）。新たに派遣されたアナウンサーは当初、千葉テレビ公式HPには表示されていなかったが後に表示された。産休しているアナウンサーは表示されている。前述した、テレビ埼玉よりも先に千葉テレビにおいて産休アナウンサーの代理アナウンサーが出演するようになった。一昔前であれば、退職や新規のアナウンサー、外部事務所との契約が考えられた可能性があるが、現在では派遣されているアナウンサーが退職せず、かつ外部事務所との契約を保持したまま補充できることは、アナウンサー、外部事務所、テレビ局、すべてにとってメリットがあるといえよう。アナウンサーの入局時期は、それぞれ異なっている。具体的には直前のアナウンサーの契約終了時期に関係してくる。したがって他の2局で見られるような、「4月入社」、「4月入局」が原則ではない。外部事務所との法人契約としての採用であり、専属で就業して、立場上は嘱託社員となる。テレビ神奈川やテレビ埼玉と同様、非専属アナウンサーは、外部事務所との法人契約として「派遣」されるアナウンサーである。労働者派遣法上の派遣労働者にあたる。キャリアは、4年目、3年目、2年目である（全員女性）。局アナとしての男性と派遣契約は久しく行っていない。男性は非専属アナウンサーのみである。性別問わず、他の2局と同様に、非専属アナウンサーも複数いる。土日ニュース限定の女性アナウンサーがいるが、HPには表示されない。専属契約の詳細は個々に所属事務所が異なるが、1年毎の更新制を基本としている。よって、本研究における研究対象は3名（女性）である。

3局のなかでは、最初に開局されており、売上高、資

本金、従業員数についてはテレビ埼玉と同水準にある。取締役構成としては、HP上の表示はなく、社長が男性であること以外明らかにされていないため、登記簿を入手して確認した。名から推察すると、18名のほとんどが男性であると考えられる。現千葉県知事の熊谷俊人氏（2020年辞任、当時は千葉市長）や現千葉市長の神谷俊一氏（2020年就任、当時は千葉市副市長）らの名があり、「千葉市」、「政界」との関わりを重視しており、3名中2名が千葉県出身のアナウンサーであり、「地域密着」、「地元重視」の経営姿勢がうかがえる（登記年月日から熊谷氏の辞任に伴って、神谷氏が就任したと推察される）。事業内容は放送法による基幹放送事業を中心にキャラクター商品や酒類販売など多様である（2021年12月23日入手の登記簿より）。チバテレは以前から、在籍アナウンサーに千葉県出身者が含まれているのが主流となっており、外部事務所からの派遣アナウンサーについても、「千葉県出身者」が明らかに優遇されている。この傾向は他の2局にはみられない。この場合の「出身者」とは単に千葉県で生まれたのみならず、高校、大学など一定年齢まで過ごした者を指す。また、土日ニュース限定のアナウンサーについても「千葉」と何らかの関係性のある者が抜擢されることが多い。

○女性アナウンサー（J）➡在籍中、出演番組、千葉、千葉テレビ以前に勤務したテレビ局がある県（X）に関するツイートが多く、割合としては、満遍なくツイートされている。

・・・ご家族から美味しいリンゴを頂きました・・・
（2021/11/23のTwitterより）

X県に関連するツイートである。現在勤務しているテレビ局以外のツイートをするアナウンサーは少ないが、当該アナウンサーは長期（約13年）にわたり、X県で在籍していたことが影響していると考えられる。なお、（J）は千葉市出身である。

○女性アナウンサー（K）（2022年3月退社）➡在籍時の外部事務所から別の外部事務所へ移籍した上で、フリーアナウンサーとして継続、出演番組、衣裳に関する投稿【Instagram】が中心である（Twitterなし）。

・・・千葉ジェッツホーム開幕戦勝利しました・・・
（2021/10/17のInstagramより）

他の2社でもみられたような、地元チームに関連する投稿がみられた。なお、（K）は、直接的に千葉県との関連は確認できなかった。

○女性アナウンサー（L）➡在籍中、2021年7月～2022年4月まで産休していたが復帰、産休中は同じ外部事務所の代理アナウンサーが派遣されていた（テレ玉（I）と同様）、出演番組のほか、プライベートに関する投稿【Instagram】も多い（Twitterなし）。

・・・ZOZOマリンスタジアムで行われた試合取材しました・・・（2020/10/24のInstagramより）

やはり、ここでも地元チームに関連する投稿がみられた。テレ玉（I）は産休したまま、退職したが、チバテレ（L）は復帰した。産休期間も「契約期間」に含まれる可能性があるが、産休を経て復帰したアナウンサー（本研究で対象とした3局）は稀であり今後の動向を注視したい。なお、（L）も千葉市出身である。

千葉テレビ3名のツイート（投稿含む）の趨勢としては、出演番組、そして局が立地する千葉県全般に関するツイートだけではなく、以前の勤務地、プライベートに関連するツイートも多くみられた。テレビ埼玉同様に、特定の市などではなく、県全般に関するツイートが多かった。また、特筆すべきは、3名中、2名が千葉県（千葉市）出身である点である。他の2局ではアナウンサー採用にあたり、出身地などを特別考慮していないと考えられるが、千葉テレビは明らかに考慮している。

3局のアナウンサーに通底していたのは、やはり、出演番組、出演情報に関連するツイートであった。そして、テレビ局が立地する地域に関するツイートも重視されていた。アナウンサーによっては積極的にプライベートのツイートも行っているが、プライベートのみを発信するアナウンサーは皆無であった。地方局であっても、テレビには、視聴率が求められる。そして、視聴率に寄与するためには、番組の放送日・時間の周知、番組の面白さのほかに、出演者であるアナウンサー自身が視聴者から好感を得る必要がある。それゆえにSNSの発信が自由意思に基づく前提であっても、上記のツイートが主流となっていると考えられる。そして、アナウンサー（A）のように、資格取得をするなど、アナウンサー以外のキャリア形成を意識しているツイートもみられた。アナウンサー（C）は、一般企業へ転職したが、テレビ神奈川在職中に多くの資格を取得したことをツイートしていた。こうした事象から、アナウンサー職には一定の期限があり、それをアナウンサー自身も自覚していることの示唆といえるだろう。実際に本研究で対象としたアナウンサーで、2022年3月末に退社した者は、6名おり、うち2名（Cを含む）はアナウンサー職とは別の道に進んでいる。

5 考察と結語

「4 結果」をふまえて総括の上、考察すると、民放地方局アナウンサーの労働環境とキャリア形成の現状について、以下の8点が明らかとなった。

第一に、いずれも、経験者のみの「採用」(各局で雇用形態が異なるが、雇い入れるという意味合いで採用とい

表 2：「首都圏民放地方局アナウンサーに関するデータ」(2021 年 4 月 1 日現在)

区分	在籍数	経歴	雇用形態	キャリア
テレビ神奈川	7名 (男性3,女性4)	すべて民放地方局出身	キャリア上位3名が正社員、それ以外は契約社員	27年目を最長として3年目まで、幅広い平均8年目
テレビ埼玉	5名 (すべて女性)	1名がNHK地方局(契約)で他は地方局出身	すべて外部事務所からの派遣契約(専属)	5年目を最長として2年目まで平均3年目
千葉テレビ	3名 (すべて女性)	1名がNHK地方局(契約)で他は地方局出身	すべて外部事務所からの派遣契約(専属)	4年目を最長として2年目まで平均3年目

出所：各局 HP、各局アナウンサー SNS をもとに筆者作成

表 3：「3 局の基礎的データ」(情報取得日は異なる)

区分	開局年月	取締役構成	売上高	従業員数
テレビ神奈川	1972 年 4 月	社長を含めてほぼ全員男性 (16 名)	57 億円 (資本金：36 億円)	118 名
テレビ埼玉	1979 年 4 月	社長を含めてほぼ全員男性 (18 名)	37 億円 (資本金：15 億円)	69 名
千葉テレビ	1971 年 5 月	社長を含めてほぼ全員男性 (18 名)	35 億円 (資本金：17 億円)	68 名

出所：各局 HP と全部事項証明書をもとに筆者作成
開局年月、取締役構成、売上高 (億単位未満切捨)、従業員数を提示した。

う記述をする) となっており、即戦力でなければ応募資格がない。教育にかかるコストや時間がないことの証左である。しかし、一定の年齢になると応募資格が消失する。採用されたアナウンサーの年齢を確認すると 30 歳未満が主流であり、40 歳以上は皆無であった。

第二に、テレビ埼玉と千葉テレビは、自社でのアナウンサー雇用はなく、すべて外部事務所からの派遣契約により、「専属」で就業させて、「自社のアナウンサー」として外部に表示する。換言すると、「フリーアナウンサー」を一定期間、「専属」させて就業させる形式である。キャリア平均値に表れているように、「3 年」が契約期間 (就業期間) のめやすである。また、テレビ埼玉の 5 年目のアナウンサーが 2022 年 3 月に「退社」した。労働契約法に規定された有期契約労働者による雇用形態変更が可能となる、いわゆる「5 年ルール」に抵触する「5 年」が上限であると考えられる (表 2)。

第三に、売上 (財政規模) との関連もあろうが (表 3)、テレビ神奈川のみが自社でアナウンサーを雇用しているが、近年は契約社員としての契約が基本となっており、総合職として正社員となる道も用意されている。男性は採用時期が古く、正社員への経路を確認できなかったが、直近では女性 1 名が正社員転換となっている (直

近 10 年の各局の求人情報を参考にした)。正社員への転換、いわば、雇用安定措置がとられることはきわめて稀である。今後も現在の契約社員の動向を注視したい。

第四に、「3 局」すべて、番組毎の契約による「非専属アナウンサー」が存在しており、所属アナウンサー (テレビ神奈川)、専属アナウンサー (テレビ埼玉、千葉テレビ) 派遣元との労働契約による負担軽減が示唆されている。東京にキー局があるとはいえ、周辺の民放地方局もアナウンサーを必要とする番組が一定数あることの示唆でもある。また、地方局においては、地元の「1 日警察署長」など地域に関連したイベント出演も多い。

第五に、テレビ埼玉と千葉テレビは女性アナウンサーのみで (非専属アナウンサーをのぞく)、テレビ神奈川についても女性アナウンサーが多い。テレビ局としては、雇用形態は非正規が中心であるものの、男性と比較すると、女性アナウンサーを重宝していることの示唆が得られた。

第六に、先行研究において、「テレビ局の男性中心主義」が指摘されていた。その一端として、取締役構成に着目した。社長をはじめ、取締役の大半、ほぼ 100% を男性が占めていた。ジェンダー平等や女性活躍の視点からすると、対象としたテレビ局においては女性の意見が

反映されづらい経営環境になっているといえる。また、キー局から広告料の一部が配分されるとはいえ、収入源は限定的といえる。そうした背景が、地方局アナウンサーの雇用形態につながっている。

第七に、アナウンサーにとって、SNSによる発信は必須となった。そして、その内容としては、地域密着型の情報を織り交ぜながら、アナウンサーによってはプライベートも交えることで、人となりを発信する。フォロワー数も意識しつつ視聴率寄与に努める姿勢がみられた。本来、SNSに付随する行動は「余暇活動」に該当するが（日本生産性本部 2021）、余暇活動も含めてアナウンサー業務を形成することが一般化したといえよう。そして、業務の一つであると考えられる SNS 発信の一部から、資格取得など将来に対する備えなどを提示するアナウンサーが散見され、アナウンサーのみでキャリア形成をすることの限界を想起させる示唆もみられた。

第八に、本研究で対象とした、神奈川、埼玉、千葉についてはキー局がある東京に隣接していることから、広告収入が飛躍的に伸長することは想定しづらい。したがって、アナウンサーの労働環境についても劇的に変化することも想定しづらい。キー局との「格差」、「地域差」は今後も継続する。

これまでの考察を総括すると、首都圏3県の民放地方局アナウンサーは、契約社員、派遣契約を中心とした非正規労働者であり、女性の「採用」、女性アナウンサーの派遣を主とした「法人契約」を重視していることが明らかとなった。日本の労働事情を考慮すると、元来、女性は男性と比較すると非正規雇用での就業が多く、未だに男性とは大きな開きがある。すなわち、アナウンサー職に就く女性は、こうした背景に即した労働市場であるといえる。反面、継続した就業、キャリア形成には適さない職種であるともいえる¹⁰⁾。

きわめて「狭き門」である、東京の民放キー局ですら、均等法施行以前は、「給与は男性と同等であったが、契約社員として雇用形態では区別されていた」という（ビジネスパブリッシング 1996：94-98）。女性の場合、「アナウンサーとしては雇用したいが、長期の保証はしない」というのが、経営スタンスであり、これが未だに、民放地方局はもちろん、NHKでも一般化している背景である¹¹⁾。本研究で対象とした「3局」においては、女性アナウンサーが合計12人であったが、40代以降のアナウンサーは存在しなかった。「30歳定年」とまではいかないが、一定年齢以下の者でなければ、テレビには出演できないことを示唆している¹²⁾。本研究でとりあげた地方局アナウンサーは、いずれも別の民放地方局もしくはNHK地方局契約アナウンサーを経ており、少なくとも複数回の雇用環境の変化を経験している。しかし、そうした「変

化」（いわば、雇用の数珠つなぎ）は多くはない。一定年齢に達すると、テレビに出演するアナウンサーとしては限界が来ることが推察される。民放キー局などではテレビ出演がなくとも、上長として育成する立場でアナウンサー職を全うできる可能性があるが、非正規からキャリアをスタートさせた者については、「演者」に始まり「演者」で終わる可能性が高い。本研究でいえば、「正社員転換制度」があるテレビ神奈川のみが「演者」で終わらない可能性を残しているのみである¹³⁾。したがって、「入口」、「出口」、共に特殊であり、日本の従来型の終身雇用システムとは一線を画した職種である。そして、ワークライフバランスの視点としては、キー局などと比較すると、番組数も限られ、また、各地方局アナウンサーのほかにも、番組毎の契約アナウンサーもあり、過度な負担を強いられることは少ないと考えられるが、テレビ番組のほかに、各種イベントなどへの出演など、「局アナ」としての役割を担っている点については、キー局と何ら変わりはない。

まとめると、経営的観点から、有期契約の即戦力人材が登用され、他業界、他職種で多くみられる無期契約の新卒人材は全く考慮されない。一握りの者しか就業できない特殊な職種であるが、アナウンサーとして、長期にわたってキャリアを継続することもまた容易ではないことが明らかとなった（図2）。

民放キー局では、近年、タレント出身や有名人を親に持つアナウンサーが多く採用される傾向が強まり、「新人」に対しても即戦力や知名度が高次元で要求されている。この事象は女性アナウンサーのタレント化が一層進展していることの証左である。女性アナウンサーのタレント化は今に始まったことではない。スポンサー獲得には、「視聴率」が重要であり、タレント性が求められることに一理あるが、アナウンス技術があった上でのことであろう。近年、それが蔑ろにされて、タレント性が先行して重視されている風潮があるとも考えられる。

学生時代からアナウンススクールなどで技術を磨き、運よく入社が叶っても、数年でのアナウンサー職からの転換（異動）も各局で散見されるようになった。職がある点においては「有期」ではないが、アナウンサー職を解かれるという点では「有期」である）。そう考えると、マトリックス（図2）についても、民放キー局やNHK正職員などが新卒にこだわる以外は差がない。客観的にみれば、必ずしも好条件が揃っているとはいえないが、今後も、アナウンサー希望者数は高く推移するだろう。アナウンサーは、非正規のアナウンサーの方が圧倒的に多い。「5年が上限」ではなく、「5年在籍終了時点で、無期雇用への転換について労働者のみでも選択可」など、非正規アナウンサー（非正規労働者）に

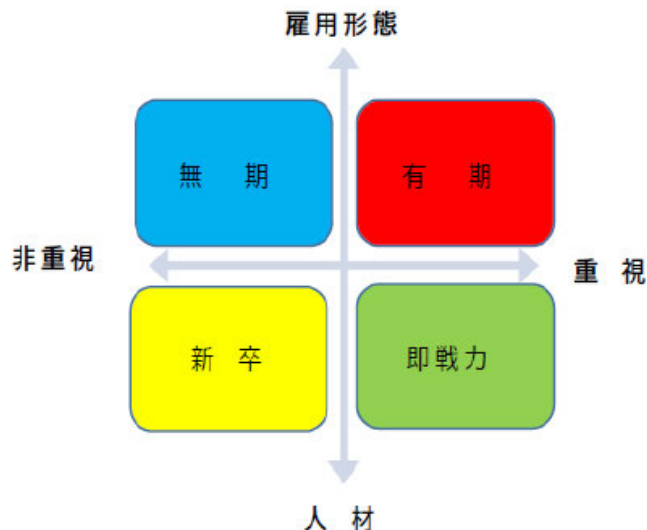


図2：「首都圏民放地方局アナウンサー雇用における経営判断のマトリックス」

出所：筆者作成

対する更なる法整備を含めた大幅な待遇改善が望まれる。現状では、一定年齢以上のテレビ出演はきわめて困難であり、「100年人生」、「SDGs Goal 5」の視点からも乖離した雇用慣行となっている。本人の希望により「出演しない」のと、制度的に「出演できない」とでは異なる。

2022年4月、各局において、契約期間満了などに伴うアナウンサーの「入替」が行われたが、テレビ埼玉において外部事務所に属さないアナウンサーが所属することになり、テレビ埼玉への出演と共にNHK（BS放送）にも出演している（2023年も継続）。複数局への出演は、「フリーアナウンサー」としては当然に起こり得るが、きわめて稀な事象である。「地方局」アナウンサーが、「NHK」に同時期に出演するというのは筆者にとっては初見であった。契約期間の上限があり、キャリア形成が必ずしも容易ではないフリーアナウンサーにとっては、本事例のように1つの局に拘束されずにキャリアを積み重ねる働き方が本来は理想であろう。また、民放キー局からフリーとなったアナウンサーがNHKや他の民放キー局へMCなど主要な立場で出演するケースが一般的となってきている。古くから、NHKからフリーとなったアナウンサーであればみられる事象であったが、民放からフリーとなったアナウンサーではみられない事象であった。このようにみると、アナウンサー業界では良い意味での流動性が高まり可能性が広がっている部分もあるといえよう。

本研究においては、首都圏3県を対象としたが、東京や準キー局がある大阪周辺地域ではない民放地方局においては、「地域差」が甚少に止まり、別の知見が創出される可能性がある。また、先行研究（北出2011など）の実践にみられたように、地方局アナウンサーへのインタ

ビューもしくはアンケートを行うことが可能であるならば別の知見が得られることも予想されるが今後の課題としたい。他方、ラジオのアナウンサーについては高齢者も多く在籍しているとみられ、本研究で対象としたテレビと状況が異なることが予想される。例えば、ラジオのアナウンサーと民放のテレビアナウンサーとでは役割が大きく異なるといえる。すなわち、前者がアナウンスの業務がメインであるのに対して、後者はアナウンス以外のタレントとしての役割も担う。現代の民放を中心としたテレビアナウンサーはアナウンス技術のみを向上させることのみでは成立しない点が「狭き門」となっている背景の一因といえよう。また、労働環境を論じる上で、「志望動機」も重要である。本研究では新卒ではなく、途中で「入社」する地方テレビ局を対象としたことから、純粋に「アナウンス」を通じた仕事に就くという志望動機が類推されるが、この検討は今後の課題としたい。

そして、アナウンサーと絞らなくても、「マスメディアの女性労働者」という広い視点に立って、ほかの研究や資料の参照により異なる結論の導出や一般化が可能であろう。さらに、ジェンダー視点からは、女性アナウンサーと男性アナウンサーとの比較、両性雇用のテレビ局との比較、なども検討したが、前者は相違点が限定されること、後者はテレビ局の経営規模などが大きく異なることから対象外とした。

また、SNSを用いた研究は匿名かつ多くのデータから分析を行って特定集団や集団動向についての報告が主流である。したがって、本研究のようにSNSを利用した個々のデータを集約する研究方法については改善や議論の余地があると考えられる。

アナウンサーもしくは、それに準ずる職に該当する者

は、国内においても相当数存在するが、本研究で提示したような特定のテレビ局と「年単位」で契約を締結できる者は、きわめて限られることから、特定地域のアナウンサーの知見としては有用であると考えられる。以上の

ように未だ、深耕の余地があると考えられるが、本研究により、女性アナウンサーの労働環境とキャリア形成についての議論の拡張をもたらすとともに、実践的な示唆を提供すると期待される。

注

- 1) 具体的なアナウンサー数については明らかにされていないが、1994年のデータによると2,500人という数値がある。インターネットや多チャンネルによる影響で現在では、この数値よりも多いことが予想される（13歳のハローワークHP）。また、アナウンサーの定義も難しくなっている。すなわち、MCという役割についてはアナウンサーでなくても担える時代となり、MC＝アナウンサーではないケースが多くみられる。
- 2) 大森ほか（1986：232）においても、「地方局がある程度の規模の利益を確保できる配慮が必要」としており、古くから地方局の利益確保の困難さがうかがえる。
- 3) 事業規模はもちろんであるが、番組づくりにおいても差異がみられる。たとえば、何の「前触れ」、「告知」がないままに突然終了したり、出演者が急遽、変更されるなど番組制作上の「粗さ」が目立つ。番組毎の契約以外に、「1回限定」の契約も相当数あると考えられる。なお、ネットワークに属していない放送局は「独立放送局」とされ、全国に20局ある（ラジオ局を含む）。
- 4) 民放キー局とは、全国ネットの放送権を有するテレビ局で在京の5局を指す（テレビ東京をのぞいて4局とする考え方もある）。
- 5) 民放準キー局とは、大阪府大阪市の在阪広域局の5局を指す（テレビ大阪をのぞいて4局とする考え方もある）。
- 6) 民放地方局の雇用形態は様々である。契約アナウンサー（有期契約）が目立つが、正社員としての採用もある。
- 7) 近年は、多様な資格を有するアナウンサーが多いが、テレビ神奈川でも入社3年目の女性アナウンサーが気象予報士資格を取得した（テレビ神奈川HP）。地方局アナウンサー（出身を含む）では、気象予報士をはじめとする資格を取得するケースが散見され、取得を契機に、気象予報士としてNHKや民放キー局に登場するケースもみられる。
- 8) 2005年や2017年の育児・介護休業法改正を経て、産休や育休の取得は、正社員、契約社員、派遣など雇用形態にかかわらず取得が可能となっている。
- 9) 嘱託社員とは有期雇用契約を結んでいる非正規雇用社員であり、この点において契約社員と何ら変わらない。ちがいを挙げると「勤務時間」がある。契約社員はフルタイムが基本であるのに対して、嘱託職員はフルタイムもパートタイムにも対応する。したがって、正社員と契約社員の間に位置するのが嘱託社員といえる。
- 10) 「アナウンサー志望者は「どうしてもなりたい」という固い意思を持った人が相当数存在する。そうした人は勤務地にこだわることなく地方局のアナウンサーとなる」と民放キー局の男性アナウンサーが指摘しているように就業時の職へのこだわりは、かなり強いことがわかる（ビジネスパブリッシング1996：94-98）。こうした「こだわり」により、民放キー局、NHK正職員を主体に民放準キー局、地方局など満遍なく受験するという言説も頷ける。
- 11) 田中（2016）では、「女性労働者の職業にかかわる選好を検討する際、M字型カーブという概念がある。M字型カーブとは、結婚・出産・育児期にある20歳代後半から30歳代の女性が仕事を中断することによって、就業率に「くぼみ」をつくり、40歳代でふたたび上昇するグラフ上の形状」を指摘しているが、アナウンサー職の場合、局アナとして40歳代で「復職」することは難しいが、レポーターや各種イベントなど仕事自体はある。しかし、その時点ではフリーアナウンサーも相当数いると考えられ、オーディションを通じて仕事を得ることは容易ではないと考えられる。
- 12) 民放キー局の新卒採用においては、将来の「保証」もあり「女性アナウンサーは、結婚、出産を経て復帰するケースが増えている。アナウンサーはそれほど魅力的な職業であると思います」と現役女性アナウンサーが述べている（NPO放送批評懇談会2019：21）。数年前には東京のキー局のアナウンサー内定取り消しをされた女性が裁判所を介入させて労働審判により入社した事例もあり、民放キー局は魅力的な職場、待遇であると考えられる。
- 13) 募集年度によっては「正社員転換」の記載がない場合もある。個々の入社時期などにより「正社員転換」の可能性がないことも考えられ、必然的にキャリア形成にも影響を及ぼす。
- 14) 元TBSの女性アナウンサーも「1995年当時、アナウンサー採用試験において芸能活動はNGであり、そうした経歴は隠していた。ところが現在は逆に元アイドルなどを積極的に採用し既に知名度のある人を即戦力として採用している。TBSもアナウンサーの身分保証は3年だけで、人気が出なければ異動（中略）、昔と比較すると長い目で育成する気がないようである」と指摘している（NPO放送批評懇談会2019：35）。

[文献]

- NPO放送批評懇談会（2019）『GALAC』3月号，KADOKAWA。
- 大森幸男・服部孝章・大谷堅志郎・東山禎之・岩田温・林進・高木教典（1986）「マスメディアの集中排除－放送制度との関連において－」『新聞学評論』35，pp.227-237。
- 北出真紀恵（2011）「フリーランスとライフキャリア：フリーアナウンサーを事例として」『東海学園大学研究紀要：人文科学研究編』（16），pp.65-81。
- 近藤恵里・野原理子・川上順子・斎藤加代子（2009）「ワークライフバランス（仕事と家庭の調和）に関する本学医学部学生の意識調査」『東女医大誌』79（9・10），pp.386-393。
- 武石恵美子（2002）「雇用システムの構造変化と女性労働」『経済地理学年報』48（4），pp.33-48。

- 田中弘美 (2016)「M 字型カーブの解消と「男性稼ぎ主モデル」からの離脱の関係－ OECD 統計の国際比較をととして－」『評論・社会科学 = Social science review』(117), pp. 85-100。
- 西田昌史・緒方淳・有木康雄 (1999)「アナウンサー発話の自動抽出とディクテーションによるニュース記事分類」『情報処理学会論文誌』40 (4), pp.1482-1490。
- (公財) 日本生産性本部 (2021)『レジャー白書 2021 余暇の現状と産業・市場の動向』。
- 花野泰子 (2015)「テレビ番組制作における女性のキャリア形成－首都圏と地方のインタビュー調査より－」『東京女子大学紀要論集』66 (1), pp.119-140。
- 福井弘教 (2018)「SDGs Goal 5 の達成に向けたソーシャルインパクトの創造－競艇女子選手の労働環境にみるジェンダー政策を手がかりに－」『法政大学大学院紀要』80, pp.127-142。
- ビジネスパブリッシング (1996)『月刊 人事マネジメント』Vol.6, No.5。

[会社法人に関する履歴事項全部証明書]

- 株式会社テレビ神奈川 (2022/1/12 取得：横浜地方法務局管轄)。
- 株式会社テレビ埼玉 (2021/12/23 取得：さいたま地方法務局管轄)。
- 千葉テレビ放送株式会社 (2021/12/23 取得：千葉地方法務局管轄)。

[Web サイト] (最終閲覧日)

- Instagram (インスタグラム) <https://www.instagram.com> (2022/11/15)
Twitter から Instagram へ移行するなどした各アナウンサーの投稿を参照
- 13 歳のハローワーク, アナウンサーの人数関連記事, https://www.13hw.com/jobcontent/02_06_04.html (2021/12/23)
- 千葉テレビ (チバテレ), 在籍アナウンサー, 会社データ関連記事, <https://www.chiba-tv.com> (2022/6/18)
- Twitter, テレビ神奈川: @tvk-3ch, テレビ埼玉: @info_teletama, 千葉テレビ: @chiba3ch の各公式ツイッターにおけるアナウンサー, 会社データ関連記事, いずれも <https://mobile.twitter.com> からアクセス (2022/5/31)
- テレビ神奈川 (TVK), 在籍アナウンサー, 会社データ関連記事, <https://www.tvk-yokohama.com> (2022/6/15)
- テレビ埼玉 (テレ玉), 在籍アナウンサー, 会社データ関連記事, <https://www.teletama.jp> (2022/6/21)
- とよなか男女共同参画推進センターすてっぷ, 「男女共同参画の歴史」
<http://www.toyonaka-step.jp/> (2021/12/16)
- 内閣府男女共同参画局, 「就業の分野における男女共同参画」https://www.gender.go.jp/kaigi/renkei/pamphlet/pdf/panphlet_part03.pdf (2021/12/23)